

**Секція 3**

*д.е.н., професор Ілляшенко С.М.*

*зав. кафедри маркетингу і управління інноваційною діяльністю*

*Сумський державний університет;*

*доктор хабілітований, професор*

*Вища економіко-гуманітарна школа, м. Бельсько-Бяла, Польща*

*E-mail: Illiashenko.s@gmail.com*

## **ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЙ ІННОВАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ У НЕСТАБІЛЬНІЙ ЕКОНОМІЦІ**

Світова економіка увійшла в період нестационарного розвитку, що спричинено переходом до завершення 5-го технологічного укладу і початком 6-го [1], а також фактичним початком 4-ї промислової революції [2]. Для вітчизняної економіки, основу якої становлять виробництва 4-го і 3-го технологічних укладів, це загрожує системним відривом від економічно розвинених країн через несумісність техніки, технологій, інфраструктури, стандартів якості життя тощо. Негативний вплив на вітчизняну економіку зазначених факторів посилюється розривом (внаслідок війни) традиційних економічних зв'язків з Росією і іншими країнами Митного союзу, вимушеною переорієнтацією на нові ринки (ЄС, країн Азії тощо) і необхідністю в зв'язку з цим приведення законодавчої бази до вимог нових ринків, проведення модернізації виробництва, адаптації продукції і методів її просування тощо.

Світовий досвід свідчить, що єдино можливим шляхом входження на рівних у світове співтовариство цивілізованих країн є інноваційний в руслі концепції інноваційного випередження. Він передбачає не повторення шляху, який інші вже пройшли, завоювавши при цьому міцні позиції на світовому ринку, а йти, безсумнівно, у руслі світового розвитку, але своїм шляхом, вишукуючи і реалізуючи свої потенційні переваги, займаючи провідні позиції в тих галузях діяльності, де для цього є необхідні і достатні умови.

Враховуючи викладене, для економіки України, її галузей, окремих підприємств та установ актуалізується проблема визначення перспективних напрямів інноваційного зростання з урахуванням: світових тенденцій розвитку НТП, тенденцій зміни споживчого попиту на національному і зарубіжних ринках, наявних і перспективних власних порівняльних переваг і можливостей їх реалізації. У подальшому вони будуть покладені в основу розроблення стратегії інноваційного розвитку підприємства. Укрупнена схема розроблення стратегії подана автором на рис. 1. Розглянемо її детальніше.



Рис. 1. Схема формування стратегії інноваційного розвитку підприємства (розроблено автором)

1. На першому етапі виконується комплекс робіт з виділення і обґрунтування перспективних напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку галузі підприємства який включає [3]: маркетингове прогнозування тенденцій зміни споживчого попиту на фактичних і перспективних цільових ринках; експертні оцінки стану розвитку науки і техніки щодо визначення

можливостей втілення існуючих і перспективних інноваційних розробок у аналізованій галузі у нові продукти, технології їх виготовлення, методи управління на усіх стадіях виробництва і комерціалізації продукції.

2. На другому етапі проводять стратегічний аналіз ринкових позицій аналізованого підприємства (методами SWOT, GAP, SNW, PEST аналізу тощо) і виділяють перспективні напрями інноваційного розвитку існуючих і очікуваних ринкових можливостей.

3. На третьому етапі діагностують стан потенціалу інноваційного розвитку аналізованого підприємства (ППР) та його окремих складових (ринкового потенціалу, інноваційного потенціалу, виробничо-збутового потенціалу) з позицій його достатності для реалізації виявлених на попередньому етапі ринкових можливостей [4].

4. На четвертому етапі, спираючись на результати робіт попередніх етапів, а також рекомендації табл. 1-2, обирають тип інноваційного бізнесу, варіант структури інноваційного процесу, а також планують роботи маркетингу інновацій та НДДКР на кожному з етапів інноваційного процесу.

Табл. 1. Таблиця рішень щодо вибору варіантів структури інноваційного процесу (авторська розробка)

| Ступінь новизни інновації | Оцінка рівня потенціалу інноваційного розвитку<br>$O_{ППР} = (O_P, O_I, O_{B.3})$ |             |          |              |          |          |         |         |
|---------------------------|---|-------------|----------|--------------|----------|----------|---------|---------|
|                           | 1, 1, 1   | 1, 1, 0     | 1, 0, 1  | 0, 1, 1      | 1, 0, 0  | 0, 1, 0  | 0, 0, 1 | 0, 0, 0 |
| Радикальні                | <b>9, 11</b>  | <b>2, 3</b> | <b>8</b> |              | <b>4</b> | <b>1</b> |         |         |
| Поліпшуючі, модифікуючі   | <b>5</b>  |             | <b>6</b> | <b>7, 10</b> |          |          |         |         |

Позначення у табл. 1:  $O_P$ ,  $O_I$ ,  $O_{B.3}$  – оцінки стану, відповідно, ринкового, інноваційного, виробничо-збутового потенціалів-підсистем ППР аналізованого підприємства. Визначаються за схемою:  $O_i = 1$ , якщо рівень  $i$ -го потенціалу достатній для реалізації обраного напрямку інноваційного розвитку підприємства;  $O_i = 0$ , якщо - недостатній (низький).  $O_i$  розраховується за методикою [4].

Цифрами у табл. 1 позначено номери варіантів структури інноваційного процесу відповідно до табл. 2.

Табл. 2. Варіанти інноваційного циклу і відповідні їм типи інноваційного бізнесу та інноваційних стратегій ([5], модифіковано)

| Тип стратегії        | Тип інноваційного бізнесу | Етапи інноваційного циклу                    |               |                 |                      | Етапи життєвого циклу |                         |          |                   |
|----------------------|---------------------------|--|---------------|-----------------|----------------------|-----------------------|-------------------------|----------|-------------------|
|                      |                           | Генерування ідей і розробка концепції товару | Бізнес-аналіз | Розробка товару | Ринкові випробування | Введення на ринок     | Зростання обсягів збуту | Зрілість | Виведення з ринку |
|                      |                           | 1  | 2             | 3               | 4                    | 5                     | 6                       | 7        | 8                 |
| Ліцензування         | Венчурний                 | 1  |               |                 |                      |                       |                         |          |                   |
| Імітаційна           |                           |  | 2             |                 |                      |                       |                         |          |                   |
| Ліцензування         |                           | 3  |               |                 |                      |                       |                         |          |                   |
| Імітаційна           | Експлерент                |  |               |                 |                      | 4                     |                         |          |                   |
| Нішера               | Патієнт                   |  |               |                 |                      |                       | 5                       |          |                   |
| Традиційна, Захисна  | Віолент                   |  |               |                 |                      |                       |                         | 6        |                   |
| Нішера               | Комутант                  |  |               |                 |                      |                       |                         |          | 7                 |
| Імітаційна           | Комбінований              |  | 8             |                 |                      |                       |                         |          |                   |
| Наступальна          |                           | 9  |               |                 |                      |                       |                         |          |                   |
| Захисна              |                           |  |               |                 |                      |                       | 10                      |          |                   |
| Наступальна, захисна |                           | 11   |               |                 |                      |                       |                         |          |                   |

На цьому ж етапі планують роботи маркетингу інновацій та НДДКР на кожному з етапів інноваційного процесу, їх орієнтовний набір подано автором у [6].

5. На п'ятому етапі виконується деталізація, пророблення і узгодження складових стратегії інноваційного розвитку підприємства на трьох рівнях узагальнення: корпоративному, на якому розробляються загальні засади інноваційної стратегії як складової загальноекономічної стратегії розвитку; бізнес-рівні, на якому розробляють заходи щодо створення й впровадження інновацій для кожної зі стратегічних бізнес-одиниць (СБО); товарному, на якому розробляють товарну інноваційну стратегію і маркетингові програми з просування кожної з товарних інновацій (у межах окремих СБО) на ринку.

Узагальнюючи викладене слід зазначити, що автором поглиблено теоретико-методологічні та методичні засади формування стратегії інноваційного розвитку підприємств у нестабільних умовах сучасної економіки.

### **Список використаної літератури**

1. Ілляшенко С.Н. Инновационный прорыв как концепция устойчивого развития: перспективы Украины / С.Н. Ілляшенко, Н.С. Ілляшенко // Устойчивое развитие предприятия, региона, общества: инновационные подходы к обеспечению : монография / под общ. ред. д-ра экон. наук, профессора О. В. Прокопенко. – Польша : «Drukarnia i Studio Graficzne Omnidium», 2014. – С. 146-155.
2. Klaus Schwab. The Fourth Industrial Revolution. What It Means and How to Respond / Schwab Klaus // Foreign Affairs, December 12, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.foreignaffairs.com/articles/2015-12-12/fourth-industrial-revolution>.
3. Ілляшенко С. М. Концептуальні засади маркетингового прогнозування стратегічних напрямів науково-технологічного інноваційного розвитку України на основі експертних оцінок / С. М. Ілляшенко // Вісник національного університету "Львівська політехніка". Проблеми економіки та управління. – 2010. № 668. - С. 68-74.
4. Механізм управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств: монографія / за ред. к.е.н., доц. Ю.С. Шипуліної. - Суми: ТОВ "ДД"Папірус", 2012. - 458 с.
5. Illiashenko S.M. Knowledge management as a basis for innovative development of the company / S.M. Illiashenko, Y.S. Shypulina, N.S. Illiashenko // Actual Problems of Economics. – 2015. – № 6 (168). – P. 173-181.
6. Illiashenko S.M. Innovative process rational choice grounding in organization / S.M. Illiashenko // Marketing and Management of Innovation, 2015. - № 2. – P. 11-20.

Ілляшенко С.М. Формування стратегій інноваційного розвитку підприємств України у нестабільній економіці / С.М. Ілляшенко // Збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної конференції «Актуальні проблеми соціально-економічних систем в умовах трансформаційної економіки». 12-13 квітня 2016 р. м. Дніпропетровськ. – Дніпропетровськ : НМЕТАУ, 2016. – С. 175-180.